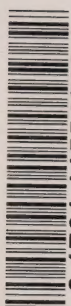


CA1
FN
- A54

Canada Investment and Savings

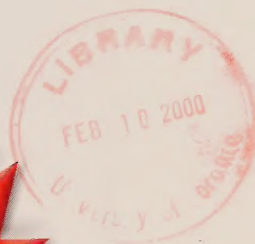
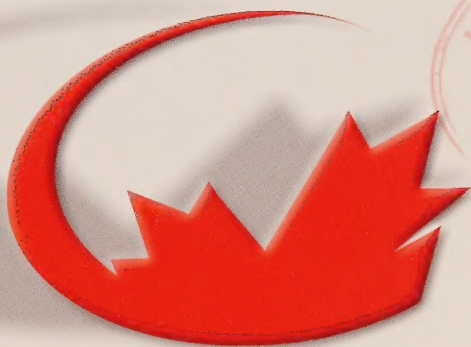
Government
Publications



3 1761 11554229 2

1998 1999

ANNUAL REPORT



Canada

Published by
Department of Finance

©Minister of Public Works and Government Services 1999

Catalogue No. F35/1999
ISBN 0-662-64524-3

You can also obtain copies of this Report from:

Distribution Centre
Department of Finance
300 Laurier Avenue West
Ottawa, ON K1A 0G5

Telephone: (613) 995-2855
Facsimile: (613) 996-0518

Also available on our Internet site:
www.csb.gc.ca/



Canada 

Table of contents

Our mandate and objectives	3
Serving the needs of Canadians and Government	3
Foreword by the President and Chief Executive Officer	4
Meeting the 1998-1999 plans and priorities	6
Setting 1999-2000 plans and priorities	8
Strong results in a challenging year	9
Status of retail debt portfolio	10
Providing more choices and options	11
Listening and responding to Canadians	13
Preparing for the future	16
Management team	17
Expenditure Breakdown, 1997-1998 and 1998-1999	18
Summary of Budget Expenditures	19
Our products	20
Ways of doing business with us	22
How to contact us	23





Digitized by the Internet Archive
in 2022 with funding from
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761115542292>

Our mandate and objectives

This annual report covers fiscal year 1998-1999

To participate in the development of the government's debt strategy, to assist in the funding of public debt through the management of the retail debt program and to develop new, cost-effective retail debt products designed to diversify the retail debt portfolio and reduce risk. To do this we:

- deliver new products by enhancing and expanding the product line,
- increase access to products by making it easier for Canadians to buy them,
- deliver operational efficiency by continually improving performance.

Serving the needs of Canadians and Government

Canada Investment and Savings is one of the largest Canadian retail savings and investment providers, holding some \$29 billion in Canada Savings Bonds and Canada Premium Bonds as part of total retail holdings of all types of Government of Canada securities of \$104 billion.

Our role is to design, market and manage cost-effective Government of Canada savings and investment products for Canadian savers and investors thereby serving their needs and the needs of the government. When Canadians invest in Canada Savings Bonds, our best-known product, they are lending money to the federal government. Our products are the most secure savings and investment products Canadians can buy.

We offer unique products, such as the fully cashable Canada Savings Bonds with minimum guaranteed rates of interest that will be increased if market conditions warrant and unique ways of buying them such as at the workplace by the Payroll Savings Program.

As a Special Operating Agency of the Department of Finance we are accountable to the Minister of Finance. Each year we agree on the Agency's Business Plan and contribution to overall debt strategy, whose primary objective is to raise stable low cost funding for the government. Canada Investment and Savings adds value by diversifying the government's investor base.



Foreword by the President and Chief Executive Officer



Jacqueline C. Orange

Canada Savings Bonds (CSBs) are a household word in Canada. After 50 years of being part of our financial lives almost one-third of Canadian households own CSBs today. Familiarity however does not mean standing still. As the financial services marketplace has changed profoundly from the early days of the CSB, so too have the Government's debt objectives. From Canada Investment and Savings' launch in 1996, we have changed to keep pace with the Government's objective of maintaining a diversified investor base and a reasonable level of retail holdings while still meeting the needs of Canadian savers and investors.

This 1998-1999 annual report, our second, reports on our continued progress.

During the fiscal year 1998-1999 many plans and programs in the making for several years started to bear fruit. Customers had told us they wanted the CSB to change and this year we continued to listen to Canadians as we introduced, to strong demand, the less cashable and higher rate Canada Premium Bond; almost 50 per cent of total sales were in the new bond, a remarkable showing for a new product introduction. We also successfully piloted an extended sales period, with two products on sale at the same time, from October 5, 1998 to April 1, 1999, responding to the desire of Canadians to have more flexibility to buy their bonds. And for those choosing to purchase their bonds at the workplace, we continued the rollout of our new modernized Payroll Savings Program. It was the winner of a Distinction '98 Gold Medal from the Society of Canadian Office Automation Professionals. About 50 per cent of our payroll sales are through this new Payroll Savings Program. We welcomed several large companies back to the program this year – notably DaimlerChrysler Canada – and held sales even this year after ten years of decline.

The changes on the product and distribution front were matched by strong results from the launch of the New Canada Savings Bonds marketing campaign with the theme "You're on solid ground", as we continued to reap

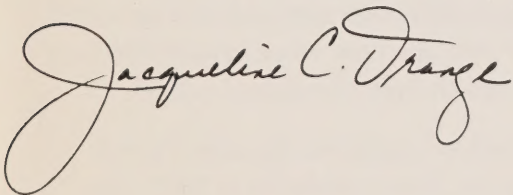
the benefits of more integrated marketing. Two of our television commercials went on to win Mobius advertising awards, but more importantly, customers told us that they saw and liked the changes we were making.

Meeting the needs of Canadians requires continued investment in infrastructure, especially systems and support. Over the past several years, after careful study, we set in place a firm system foundation on which to build and provide the flexibility to cater to changing needs. A new bond register, upgraded Call Centre capability and payroll systems were all necessary and overdue investments that ultimately will provide better customer service, more efficiently.

Most importantly, these initiatives resulted in Canada Investment and Savings (CI&S) achieving the goal of maintaining a reasonable retail share of the government's total market debt while providing cost-effective funding for Canadian government operations. Our retail share of the federal market debt moved from 22 per cent in 1997-1998 to 23 per cent in 1998-1999.

In 1999-2000 we will continue to improve the products we offer and how we make them available to Canadians. We cannot afford to be complacent and have to work hard to meet the needs of Canadians while building the capability of our Agency for the future. Trading on 50 years of CSB familiarity will not be enough.

Thanks are due to the many people and organizations that helped make 1998-1999 a success. The Bank of Canada continues to deliver our support and operational systems at a high standard of service level. The dedication of the CI&S staff has been vital the past year. The Department of Finance has again shown its support and help in these early years and its thoughtful guidance is much appreciated. Finally, and most importantly, thanks to the many millions of Canadians who have once again shown their trust in purchasing or holding our products and making them part of their, and their families, lives.



Meeting the 1998-1999 plans and priorities

As a Special Operating Agency of the Department of Finance we are fully accountable for our performance to the Minister of Finance. As part of this accountability we develop a three-year business plan and agree with the Minister to report on our performance against the agreed to plans. These are the results for 1998-1999:

Deliver new products

- The downward trend in retail debt share as a percentage of total federal market debt continued to reverse this past year with a market share improvement to 23% as at March 31, 1999.
- The Canada Premium Bond (CPB) was very successfully introduced to strong sales. The CPB offers a higher interest rate at the time of issue compared to the Canada Savings Bond (CSB) on sale at the same time and is redeemable on any anniversary of the issue date or during the 30 days thereafter without penalty. It replaces the Canada RRSP Bond that was previously available only in registered form.
- This year marked the first time in over 50 years that two products were on sale at the same time: the original CSB and the new CPB.
- Both bonds were also available within a registered retirement savings plan (RRSP) option or registered retirement income fund (RRIF) option.

Increase access to products

- As a pilot, the sales period was extended to April 1, 1999 with one new series of each bond offered each month from November 1, 1998.
- CI&S continued to implement the new Payroll Savings Program, first introduced in 1997. The streamlined system makes it easier for Canadians to purchase CSBs at their workplace. Employers offering the new Payroll Savings Program also benefit

through a substantially reduced administrative workload. The redesigned payroll system received a Distinction '98 Gold Medal from the Society of Canadian Office Automation Professionals.

- Sales were held even through the payroll channel this past year after ten years of decline.

Deliver operational efficiency

- 1998-1999 saw strong results from advertising productivity gains through integrated marketing efforts, resulting in the highly successful New Canada Savings Bonds marketing campaign. It was marked by strong sales and a change in attitude by Canadians, with a significant jump in the number of Canadians indicating the products were “for people like me”, compared to previous years. Two of our television commercials won Mobius advertising awards at the 1998 international competition in Chicago.
- Streamlining and upgrading of systems continued.
- After several years of design, the new bond register, the Retail Debt Management System (RDMS), was successfully introduced in 1998-1999 by the Bank of Canada. This new system offers a quicker and more flexible service to bondholders while reducing costs to the government.
- Upgraded Call Centre capability continued as Canadians choose to deal with us more and more by this means. From first providing an 800 number in 1995, today the Call Centre can now handle more than 6,000 calls a day, efficiently and quickly.
- Improved the new Payroll Savings Program system by upgrading application form scanning capability, and adding new electronic data communication links and payment channels, leading to increased accuracy, efficiency and customer service.
- Verifying and ensuring that all our systems are fully year 2000 compliant.

Setting 1999-2000 plans and priorities

A number of plans and priorities have been established for this fiscal year as outlined in our 1999-2000 Retail Debt Plan, released in June, 1999. Each of these initiatives is aimed at providing greater numbers of Canadians with investments that meet their individual needs, while also allowing them easier and simpler access to our products through improved distribution.

An expanded focus on youth

- CI&S launched a national youth promotion in the fall of 1999 with the objective of re-affirming New Canada Savings Bonds as savings and gifting vehicles for youth and their parents. The focus is on reaching out to youth and their parents with the resources to better understand the importance of savings. Specific activities include a Web Site geared to youth, together with a number of cooperative activities with private and public sector.

New payroll option for small- and medium-sized businesses

- Also in the fall of 1999, the new Payroll Savings Program was enhanced with a new transmission option being introduced on a pilot basis. Aimed at small- and medium-sized employers, the pilot will test an option allowing organizations sponsoring the new Payroll Savings Program to transmit their employees' purchase of CSBs through payroll deductions over the Internet.

Special Millennium Edition bond certificates

- Beginning with the January 1, 2000 issues and concluding with the December 1, 2000 issues, the CSB and CPB will have special Millennium Edition certificates to commemorate the new millennium.

Continuing six-month sales pilot for CSB and CPB

- The fall of 1998 marked the first time in more than 50 years that two Government of Canada retail products were on sale at the same time: the CSB and the new CPB. Canadians will again be able to purchase CSBs and CPBs during the six months between October 4, 1999 and April 1, 2000, on a pilot basis.

Strong results in a challenging year

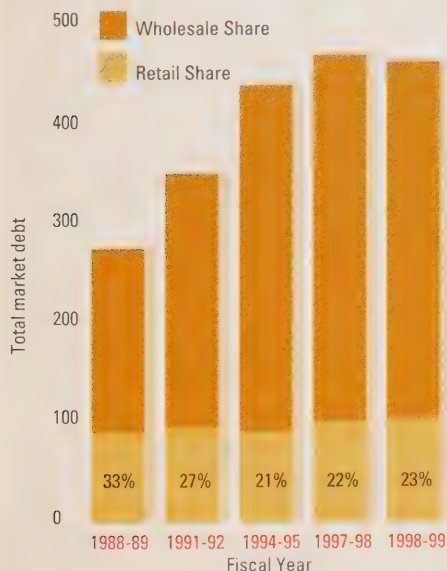
There has been a continuation of the movement by Canadians towards mutual funds and the equity markets this year, despite significant market shocks in the fall of 1998. Competition in the savings and investment market has continued unabated with established financial institutions competing vigorously against each other, as well as against newer entrants such as life insurance companies and supermarkets.

Within this overall savings and investment climate, the federal government has announced commitments to balanced budgets or better for 1999-2000 and 2000-2001. With the introduction of the Debt Repayment Plan in the 1998 budget, the federal government will continue reducing its market debt over time. However the level of debt remains significant and prudent debt management remains important. A component of this prudent debt management is to ensure that a reasonable portion of the debt is held by Canadian retail investors.

During this challenging time we have remained strongly focussed on Canadians needs and have increased our share of federal market debt to 23 per cent. Our total sales for the year were \$5.0 billion, bringing the amount of non-marketable funds lodged with us to \$29 billion and \$104 billion when the marketable components are added in.

Retail and wholesale share of Government of Canada market debt

(\$ Billions)



Working closely with federal debt managers

We work closely with Canada's debt managers to manage the retail part of the overall public debt in a cost-effective way which minimizes risk to the federal government's overall debt portfolio and maximizes flexibility.

One of the important factors for CI&S is that costs of products sold be equivalent to the cost of issuing marketable bonds – our benchmark for cost-effective performance. The government uses two ways to borrow money to re-finance the market debt. One of these is issuing marketable instruments – marketable bonds and Treasury bills – to large financial institutions and to investors through financial intermediaries. The other is selling non-marketable bonds (i.e. CSBs and CPBs) to individual savers and investors in the retail market.

Status of retail debt portfolio

	Actuals	Actuals
<i>(Debt holdings in billions of dollars)</i>	1997-1998	1998-1999
Total retail non-marketable ⁽¹⁾	30.8	28.6
Total retail marketable direct and indirect ⁽²⁾	69.8	75.0
Total Government of Canada retail debt	100.6	103.6
Total Government of Canada market debt ⁽³⁾	467.3	460.4
Total retail as per cent of total Government of Canada market debt	22%	23%
Total gross sales of non-marketable retail debt	5.0	5.0
Change in retail non-marketable portfolio	(2.8)	(2.2)

(1) These numbers are the Bank of Canada audited numbers as of March 31, 1999. Subcategorization of Government of Canada debt is in accordance with Bank of Canada reports, which may vary slightly from Public Accounts categories due to differences in classification methods.

(2) Retail marketable debt includes two components: marketable direct (marketable Government of Canada securities directly held by individuals, most of which are marketable bonds and Treasury bills sold through intermediaries) and marketable indirect (marketable Government of Canada securities indirectly held by individuals through mutual funds. Strip bonds are also included in this category). Source: Canada Investment & Savings.

(3) Public Debt comprises market and non-market debt:

- Market debt is the portion of debt that is funded in the public markets and includes marketable bonds, Treasury bills, non-marketable retail debt (primarily Canada Savings Bonds), foreign-currency denominated bonds & bills and bonds issued to the Canada Pension Plan.
- Non-market debt includes the government's internal debt which is for the most part federal public sector pension liabilities and the government's current liabilities (such as accounts payable, accrued liabilities, interest and payment of matured debt). Source: Department of Finance.

Providing more choices and options

CI&S was created to develop new cost-effective retail debt products and to increase access to both new and existing products. With the 1998 fall sales campaign Canadians saw more choices and options from the organization known for Canada Savings Bonds, than ever before.

New higher interest Canada Premium Bond

As Canadians turned on their televisions or opened their daily newspaper in October 1998, they saw for the first time two retail products on sale by the Government of Canada: the original Canada Savings Bond and the new higher interest rate Canada Premium Bond. Choice was suddenly available in products; one the fully cashable and long trusted CSB, the other the higher interest but less cashable Canada Premium Bond. Choice was also provided in other options, both had RRSP and RRIF options, and in when to buy them, with a longer sales period to April 1, 1999.

These new choices and options clearly met Canadians' needs. The Canada Premium Bond was introduced to very strong sales, accounting for almost 50% of total sales through to March 31, 1999.

Changing the way Canadians invest through the workplace

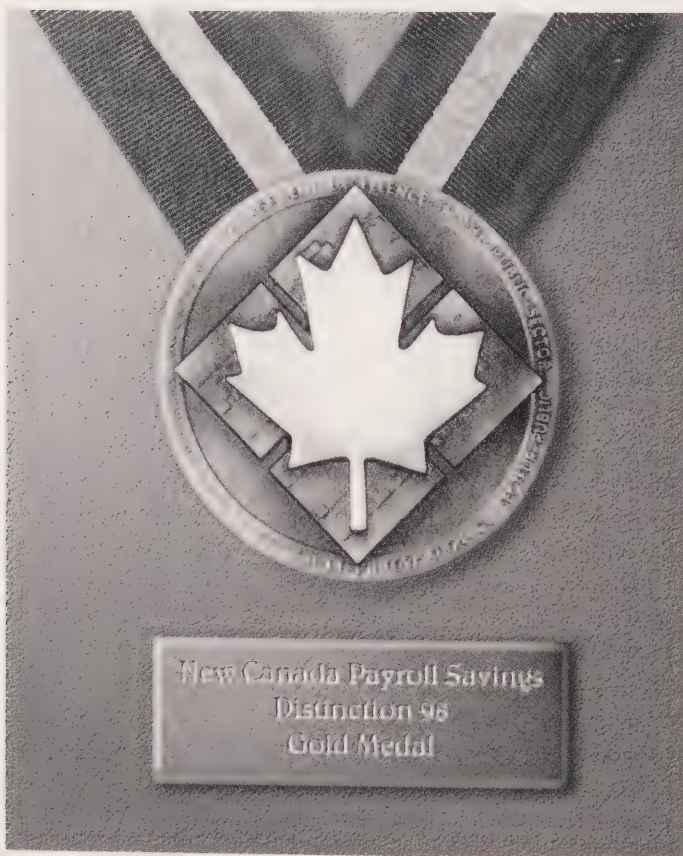
For most of the 1990's, the Government of Canada faced continued erosion of participants in the Payroll Savings Program as employers opted out of the plan because of the administrative burden and growing costs to maintain the Program.

In October 1997, CI&S, the Bank of Canada and its partners completely changed the way working Canadians can invest in their country. The re-engineering effort involved replacing the outmoded, administratively burdensome procedures with more efficient processes supported by improved Information Technology (IT) and a revamped operating infrastructure.

Under the new Payroll Savings Program, employers are responsible only for promotion and processing the initial – and only – application form. Once processed, employees deal directly with the Bank of Canada for most things. Administrative services such as certificate distribution, cancellation and loan administration were eliminated.

For employees, the benefits are substantial. The one application now establishes a permanent, portable plan that continues even if contributions are suspended. Interest accrues to each employee's plan immediately upon receipt of the funds. Employees now have easier, immediate and confidential toll-free access to their funds. Withdrawals are transacted immediately over the telephone with direct deposit to client bank accounts within 2 business days. Employees also have a Registered Retirement Savings Plan option.

With approximately 50 per cent of the original program converted to the new program, and an active sales program to attract new companies, more and more Canadians are taking advantage of the new Payroll Savings Program. Sales through the Payroll Savings Program of \$1.4 billion in 1998-1999 indicate a turnaround after a decade of decline.



Distinction '98 Gold Medal
"Outstanding leadership,
innovation and excellence in
the use of information technology"
for the development of the new
Payroll Savings Program system

Listening and responding to Canadians

Our customers have shown great loyalty to the Canada Savings Bond. A product trusted for over 50 years, the CSB has shown remarkable strength in a market place increasingly dominated by mutual funds. By the early 1990's however the downward sales trends indicated that Canada Savings Bonds needed to change.

Listening to Canadians

A key Canada Investment and Savings' business activity has been market research among Canadians. Research has been an important tool for developing our product line and has introduced new ways of buying and selling our products and provided more choice and options to Canadians. Research has also provided a basis for further improving our level of service and communication.

We have carried out comprehensive research among existing and potential customers, covering what sort of benefits they want from our products, what sort of values they expect from Canada Investment and Savings and how they would like to do business with us. Only by listening to Canadians can we identify what our strengths and weaknesses are from Canadians' points of view and ensure taxpayers receive good value.

Communicating change

Canada Investment and Savings is currently undergoing a great deal of change. All of this is necessary to help maintain a competitive position in the marketplace, meet Canadians' expectations and provide a cost-effective source of funds for the Government of Canada.

In 1998-1999, we developed an integrated marketing communications plan that communicated many of these changes to Canadians. Building on the Canada Savings Bond brand we launched "New Canada Savings Bonds, now with more choices and more options". Two television commercials spoke of the values Canadians had told us were important, family and hard work, and the link to our

products. The sales results spoke of the success of this integrated marketing communication, but so did the two Mobius advertising awards in the Financial Services' category among 5,000 entrants from 37 countries. A marked change in attitude towards our products was also realized as many more Canadians indicated that the bonds were "for people like me", as compared to previous years.



Customer care

Canada Investment and Savings is committed to providing good service to Canadians. It is our responsibility to look after their money with utmost care.

As part of this responsibility, we agreed with the Bank of Canada on the standard for speed and accuracy with which we deal with our customers' business including maintaining bondholder records, managing sales agent and payroll employer relationships, processing purchases and payments and providing direct customer services through our Call Centre and web site.

With our drive towards continuous improvement, we have begun to establish targets to measure the accuracy of our customer communications and levels of satisfaction with how we dealt with their business. In the new Payroll Savings Program, our first area of focus, we exceeded 95% "very satisfied" levels with employees and employers in a large cross sectional survey of our customers.

What are the rates? – helpful information at the end of the phone

Our Call Centre is the first place to which many Canadians turn, whether a new customer to find out what products we offer or an existing customer to check on their bond holdings. In 1998-1999 the Call Centre handled more than 800,000 calls and sent out more than 35,000 information and sales kits. These calls represent a 60% increase in volume from the previous year, much of which is attributable to the continued roll out of the new Payroll Savings Program. Despite increasing our call handling capacity by 40% this past year, our service level standard of 80% of calls answered within 20 seconds and an abandoned rate of no greater than 2%, suffered during the peak October 1998 demand with an unexpected increase in inquiries about the fall campaign, resulting in demand exceeding our call handling capacity.

We have begun a study to enhance existing Call Centre computer technology and to improve our ability to meet increasing call volumes by adding new features such as Interactive Voice Response (IVR) and fax on demand.

The Call Centre is open 8 am to 8 pm Eastern Time, Mondays to Fridays and on Saturdays during the peak campaign time in October. Outside these hours an automated service gives customers interest rate information, when we're on sale, as well as the ability to leave a message. To further increase access we also have a TTY service for the deaf and hearing impaired as well as fax.

Training

To deliver consistently high standards of customer service staff need to be trained with the right skills. CI&S and the Bank of Canada have placed a high emphasis on proper training and staff development. In 1998-1999 training took on greater significance than usual with more product and service choices and options and the introduction of a new registry system at the Bank of Canada. Substantial investment was made in training with about 100 workshops conducted on the new bond registry system and new products.

Handling more phone calls



Preparing for the future

Today, Canada Investment and Savings cannot afford to be complacent and we have to work hard to build on the trust bestowed on us by Canadians. We must provide an ever improving level of service which meets the needs of our customers – both Canadians and taxpayers.

In 1998-1999, we continued to put in place the foundations to equip us for a secure future, balancing good service to Canadians, with good value to the government.

New and streamlined systems

CI&S and Bank of Canada systems for processing customers' transactions and safeguarding their funds are robust. As new products and new ways of buying have been introduced, the original register was no longer capable of handling the increased requirements. The implementation of the new register, the Retail Debt Management System (RDMS) was a major undertaking in 1998-1999. By calendar year-end 1998 however, the system was successfully in place with early service level difficulties, especially in timely delivery of bond certificates for the new Canada Premium Bond, resolved.

Additional investment was made in the register supporting the new Payroll Savings Program system, the Direct Retail Sales (DRS), with an improved version introduced this past year and investments made in Intelligent Forms Processing Systems allowing us to process payroll application forms more quickly and efficiently, with fewer errors.

We have made excellent progress in streamlining and improving our systems capabilities but further investments will be required. Ultimately these investments will offer Canadians a quicker and more flexible service and at the same time reduce the cost to Canadian taxpayers.

As well, in 1998-1999 the Call Centre was reorganized in teams according to specific call type. As members of teams, Client Representatives took larger ownership of their areas and were more accountable for servicing a specific type of call. Processes were also improved.



Management team

From left to right:

Louise Montague, *Vice President,
Sales and Distribution*

Chantale Cousineau-Mahoney,
Vice President, Corporate Services

Jacqueline Orange, *President and CEO*

Clifford Prupas, *Vice President,
Product Management*

Paul Bailey, *Vice President,
Marketing Services*



1998-1999 Honorary National Campaign Chair for New Canada Savings Bonds Payroll Program

Lynton R. Wilson, Chairman of the Board, BCE Inc. was appointed by federal Finance Minister Paul Martin as the first Honorary National Campaign Chair of the New Canada Savings Bonds Payroll campaign. In this capacity, he worked together with President and CEO Jacqueline Orange to increase awareness among Canadians about the importance of saving. He also helped to develop new relationships with employers across Canada to provide more Canadians with the opportunity to put money aside on a regular basis.

Expenditure Breakdown, 1997-1998 and 1998-1999



(1) Marketing costs related to advertising were \$13.4M in 1997-1998 and \$11.5M in 1998-1999; Bank of Canada Distribution, Publishing & Printing, \$4M in 1997-1998 and \$4.6M in 1998-1999; and Market Research in 1997-1998 and 1998-1999 was \$0.8M.

(2) Includes the payroll sales force remuneration, financial institution commissions, redemption fees and amortized sales commissions from previous years.

(3) New IT initiatives are reported as a separate expenditure item this year. They were included in the Systems and Operations expenditures (Bank of Canada) in 1997-1998 Annual Report.

Summary of Budget Expenditures

(in thousands of dollars)

Fiscal Year	1997-1998 (Actuals)	1998-1999 (Planned)	1998-1999 (Actuals)
Canada Investment and Savings			
Direct controllable expenses	24,091	28,805	25,312
New technology investment and special studies ⁽¹⁾	7,109	3,140	2,028
Sub-total – CI&S non-variable controllable costs	31,200	31,945	27,340
Commissions and sales force remuneration	54,821	52,000	44,380 ⁽²⁾
Total – CI&S non-variable and variable costs	86,021	83,945	71,720
Bank of Canada			
Systems and Operations	40,562	67,370 ⁽³⁾	65,667
Total – Retail debt program expenditures	126,583	151,315	137,387

(1) These expenditures, paid directly from CI&S' budget, are undertaken directly by CI&S or through the Bank of Canada.

(2) Includes the sales force remuneration, commissions, redemption fees and amortized sales commissions from previous years. This expenditure item is lower than forecast (\$44 million versus a forecast of \$52 million) due to lower than expected redemptions, lower amortized sales commissions, and savings generated through the new compensation package.

(3) The increase in planned expenditures was required by the Bank of Canada to cover additional costs related to Y2K, LAN and network environment and system development costs, and increased mainframe usage, as well as an increase in operational costs related to the New Canada Savings Bonds Payroll Program.

Our products

Canada Premium Bonds

Canada Premium Bonds are fully guaranteed by the Government of Canada and offer a higher rate of interest at time of issue than the original Canada Savings Bonds on sale at the same time. And Canada Premium Bonds can be redeemed once a year on the anniversary date and during the 30 days thereafter without penalty.

Canada Savings Bonds

With guaranteed returns and the option of redeeming at anytime, Canada Savings Bonds provide both maximum security and maximum flexibility. They're fully backed by the Government of Canada with rates of interest that will be increased when market conditions warrant. They can also be bought through convenient payroll deduction.

RRSP & RRIF options

Both the Canada Savings Bond and Canada Premium Bond come with no fee RRSP and RRIF options. So all the security of the bonds is combined with all the benefits of an RRSP or RRIF.

In addition, you can generally purchase the following investments through an investment dealer or as part of a mutual fund:

Marketable bonds

Marketable Government of Canada Bonds are usually issued for terms of more than one year and have fixed semi-annual interest payments. The bonds are non-cashable prior to maturity but they can be bought and sold at market prices that vary from day to day. They can be purchased or sold at either a premium or a discount to the face value of the bond, depending on interest rates. You can find bonds in the marketplace with remaining terms to maturities ranging from one month to 30 years.

Treasury bills

Treasury bills are marketable securities that are issued periodically with terms of 98 days, 182 days and 364 days. Treasury bills are usually sold at a discount to the principal amount and mature to the face value of the bill. Like marketable bonds, these bonds cannot be cashed prior to maturity, but they too can be bought and sold at market prices that vary day to day.

Real Return Bonds

This product features fixed semi-annual interest payments, adjusted in relation to the Consumer Price Index (CPI) for Canada. These bonds are stable and protect you against inflation over the long term. These bonds can't be cashed prior to maturity, but they can be bought and sold at market prices, which vary according to changes in real yields and fluctuations in the CPI.

Definitions of debt terms used in this annual report

Public debt is the outstanding financial obligations of the Government of Canada, including both market and non-market debt.

Market debt is the portion of debt that is funded in the public markets and includes marketable bonds, Treasury bills, non-marketable debt (primarily Canada Savings Bonds), foreign-currency denominated bonds and bills and bonds issued to the Canada Pension Plan.

Non-market debt includes the government's internal debt which is for the most part federal public sector pension liabilities and the government's current liabilities (such as accounts payable, accrued liabilities, interest and payment of matured debt).

Retail debt includes those Government of Canada securities held by individual Canadians. There are two principal categories: non-marketable securities which include Canada Savings Bonds and Canada Premium Bonds (formerly Canada RRSP Bonds) and marketable securities which include Real Return Bonds, marketable bonds and Treasury bills.

Ways of doing business with us

We offer a range of ways for Canadians to do business with us.

Financial Institutions

During the annual sales campaign, New Canada Savings Bonds can be purchased wherever Canadians bank or invest, including banks and trust companies, investment dealers, savings and loan companies and credit unions.

The workplace through convenient payroll deduction

Canada Savings Bonds can be purchased by regular payroll deduction from sponsoring organizations through the New Canada Savings Bonds Payroll Program. The money is taken off employees' pay cheques on a regular basis. It is particularly helpful for those who have a hard time saving. It is by far the largest periodic savings program in the country and serves the needs of about 1 million Canadians each year.

Independent financial planners and advisors

New Canada Savings Bonds can be purchased through qualified sub-agents, such as financial planners.

Telephone

Canadians can request an application form by calling toll free 1-800-575-5151 and mailing a cheque together with the completed application form to us by mail during any sales campaign. In 1999-2000 we will offer a pilot program to give Canadians the opportunity to buy Canada Savings Bonds and Canada Premium Bonds directly from us by telephone.

Internet

During 1999-2000 we have been developing an Internet site which will make it easier for Canadian savers and investors to choose the product that is right for them. The new site now offers full information on our products. The site also has a special section for sales agents, giving them ready access to up-to-date information on CI&S' full product range.

How to contact us

If you have any questions, please do not hesitate to call us at 1-800-575-5151, or visit our web site at www.csb.gc.ca

You can also mail us at:

Canada Investment and Savings
110 Yonge Street, Suite 900
Toronto, ON M5C 1T4
Canada

Par téléphone

Les Canadiens peuvent demander un formulaire de souscription en composant sans frais le 1 800 575-5151 et en joignant un chèque au formulaire dûment rempli qu'ils envoient par la poste à la Banque du Canada pendant les campagnes de souscription. En 1999-2000, nous lancerons un projet pilote dans le cadre duquel les Canadiens auront la chance d'acheter directement par téléphone – de la Banque du Canada – des Obligations d'épargne du Canada et des Obligations à prime du Canada.

Internet

En 1999-2000, nous nous appliquons à développer un site Internet qui facilitera la tâche des épargnants et des investisseurs canadiens lorsqu'ils choisissent le produit qui convient le mieux à leurs besoins. Le nouveau site présente maintenant des renseignements complets sur nos produits. Le site met également à la disposition des agents vendeurs une section spéciale comportant de l'information à jour et facile d'accès sur la gamme complète des produits offerts par FEC.

N'hésitez pas à communiquer avec nous au 1 800 575-5151 ou à visiter notre site Web à l'adresse www.oec.gc.ca si vous avez des questions.

Vous pouvez également nous adresser du courrier à :

Placements Épargne Canada
110, rue Yonge, bureau 900
Toronto, ON M5C 1T4
Canada

**Comment
nous joindre**

Comment faire affaire avec nous

Les Canadiens peuvent faire affaire avec nous de nombreuses façons.

Les titres vendus sur le marché de détail comprennent les titres du gouvernement du Canada que détiennent des particuliers canadiens. On en retrouve deux catégories principales : les titres non négociables, dont les Obligations d'épargne du Canada et les Obligations à prime du Canada (anciennement les Obligations REER du Canada), et les titres négociables, dont les obligations à rendement réel, les Obligations négociables et les bons du Trésor.

Institutions financières

Lors de la campagne annuelle de souscription, les Canadiens peuvent acheter les Nouvelles Obligations d'épargne du Canada dans leurs établissements bancaires ou financiers, ce qui comprend les banques et les sociétés de fiduciaire, les courtiers en valeurs mobilières, les sociétés d'épargne et de prêt et les sociétés coopératives de crédit.

Au travail

Les Obligations d'épargne du Canada peuvent être souscrites par voie de retenues sur salaire dans les organisations parraïennues du Programme d'épargne-salaire des Nouvelles Obligations d'épargne du Canada. Des sommes sont prélevées périodiquement sur le chèque de paye des employés. Ce programme est particulièrement utile pour les personnes qui ont de la difficulté à épargner. Il s'agit, et de loin, du plus important programme d'épargne périodique au pays. Il répond aux besoins d'environ 1 million de Canadiens chaque année.

Planificateurs et conseillers financiers indépendants

Les Nouvelles Obligations d'épargne du Canada peuvent être achetées par l'entremise de sous-agents, comme des planificateurs financiers.

Bons du Trésor

Il s'agit de titres négociables émis périodiquement avec des échéances de 98, 182 et 364 jours. Les bons du Trésor sont habituellement vendus moyennant un escompte par rapport au capital, et leur valeur à l'échéance correspond à leur valeur nominale. Comme pour les obligations négociables, ces titres ne sont pas encaissables avant leur échéance mais ils peuvent être achetés et vendus aux prix du marché qui varient quotidiennement.

Obligations à rendement réel

Le rendement de ce produit se présente sous forme de paiement fixe d'intérêt semestriel, et il est redressé en fonction de l'Indice des prix à la consommation (IPC) pour le Canada. Ces obligations sont stables et offrent une protection contre l'inflation à long terme. Elles ne sont pas encaissables avant leur échéance mais peuvent être achetées et vendues aux prix du marché qui varient en fonction de l'évolution des rendements réels et des fluctuations de l'IPC.

Définitions des termes relatifs à la dette utilisés dans le rapport annuel

La *dette publique* désigne l'encours des obligations financières du gouvernement du Canada, ce qui comprend la dette contractée sur le marché et la dette interne.

La *dette contractée sur le marché* est la partie de la dette financée sur les marchés publics : elle comprend les obligations négociables, les bons du Trésor, les titres au détail non négociables (essentiellement les Obligations d'épargne du Canada), les bons et obligations libellés en devises étrangères, ainsi que les émissions d'obligations en faveur du Régime de pensions du Canada.

La *dette interne* désigne la dette intérieure du gouvernement, qui comprend principalement les engagements au titre des régimes de retraite du secteur public fédéral et le passif à court terme du gouvernement (comptes créditeurs, charges à payer, intérêts et paiement de la dette échue).

Nos produits

Obligations à prime du Canada

Ces obligations, entièrement garanties par le gouvernement du Canada, portent au moment de l'émission un taux d'intérêt supérieur à celui des Obligations d'épargne du Canada, qui sont mises en vente simultanément. En outre, elles peuvent être encaissées sans pénalité une fois par année, à la date anniversaire et 30 jours après cette date.

Obligations d'épargne du Canada

Ces obligations ont des rendements garantis et peuvent être encaissées en tout temps; elles procurent un maximum de sécurité et un maximum de souplesse. Elles sont entièrement garanties par le gouvernement du Canada et portent des taux d'intérêt qui sont majorés si la situation du marché le justifie. Elles peuvent également être achetées au travail, par l'entremise de retenues salariales pratiques.

Options REER et FERR

Tant les Obligations d'épargne du Canada que les Obligations à prime du Canada présentent des options REER et FERR sans frais. Ces options combinent la sécurité des obligations aux avantages d'un REER ou d'un FERR.

En outre, les titres suivants peuvent être achetés en général auprès d'un courtier en valeurs mobilières ou dans le cadre d'un fonds commun de placement :

Obligations négociables

Les obligations négociables du gouvernement du Canada ont ordinairement une échéance supérieure à un an, et prévoient un paiement d'intérêt fixe semestriel. Elles ne peuvent être encaissées avant leur échéance, mais elles peuvent être achetées et vendues aux prix du marché qui varient quotidiennement. Elles peuvent être achetées ou vendues moyennant une prime ou un escompte par rapport à leur valeur nominale, selon les taux d'intérêt. Il existe sur le marché des obligations dont l'échéance varie entre un mois et 30 ans.

Résumé des dépenses budgétaires

(en milliers de dollars)

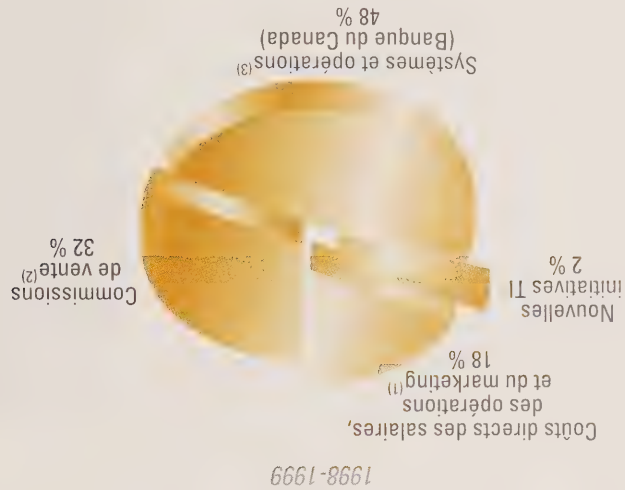
Exercice	1997-1998 (Réels)	1998-1999 (Prévus)	1998-1999 (Réels)
Placements Épargne Canada			
Dépenses directes contrôlables	24 091	28 805	25 312
Investissement dans de nouvelles technologies	7 109	3 140	2 028
et études spéciales ⁽¹⁾			
Total partiel – dépenses contrôlables non variables de PEC	31 200	31 945	27 340
Commissions et rémunération du personnel de vente	54 821	52 000	44 380 ⁽²⁾
Total – Coûts variables et non variables de PEC	86 021	83 945	71 720
Banque du Canada			
Systèmes et opérations	40 562	67 370 ⁽³⁾	65 667
Total – Dépenses du programme de placement de titres sur le marché de détail	126 583	151 315	137 387

(1) Ces dépenses, prélevées directement sur le budget de PEC, sont engagées directement par PEC ou par l'entremise de la Banque du Canada.

(2) Comprend la rémunération du personnel de vente, les commissions, les droits de rachat et les commissions de ventes amorties des exercices antérieurs. Ce poste de dépense est inférieur aux prévisions (44 millions de dollars contre 52 millions de dollars) en raison d'un nombre moins élevé que prévu de rachats, de commissions de ventes amorties moins élevées et d'économies obtenues grâce au nouveau mode de rémunération.

(3) La hausse des dépenses prévues a été demandée par la Banque du Canada pour qu'il soit tenu compte des frais supplémentaires liés à l'an 2000, au réseau local et à l'environnement de réseaux ainsi que des coûts de mise au point des systèmes. Elle découle également d'une utilisation accrue de l'ordinateur central et d'une hausse des coûts opérationnels liés au Programme d'épargne-salaire des Nouvelles Obligations d'épargne du Canada.

Ventilation des dépenses, 1997-1998 et 1998-1999



- (1) Les coûts du marketing liés à la publicité se sont élevés à 13,4 millions de dollars en 1997-1998 et à 11,5 millions de dollars en 1998-1999; les frais de distribution, d'édition et d'impression de la Banque du Canada ont été de 4 millions de dollars en 1997-1998 et de 4,6 millions de dollars en 1998-1999 et les frais des études de marché en 1997-1998 et en 1998-1999 ont compté pour 0,8 million de dollars.
- (2) Comprend la rémunération du personnel de vente au chapitre de l'épargne-salaire, les commissions aux institutions financières, les droits de rachat et les commissions de vente amorties d'exercices antérieurs. Il a été inclus dans les dépenses des systèmes et des opérations (Banque du Canada) du rapport annuel de 1997-1998.
- (3) Le coût des nouvelles initiatives de TI est indiqué à titre de poste de dépense distinct cette année.

Équipe de direction

De gauche à droite :

Louise Montague, vice-présidente,

Ventes et distribution

Chantale Cousineau-Mahoney,

vice-présidente, Services ministériels

Jacqueline Orange,

présidente-directrice générale

Clifford Prupas, vice-président,

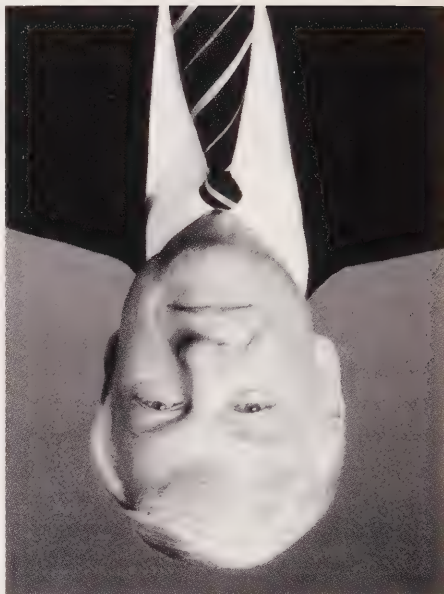
Gestion des produits

Paul Bailey, vice-président, Marketing



Président honoraire de la Campagne nationale de 1998-1999 de promotion du Programme d'épargne-salaire des Nouvelles Obligations d'épargne du Canada

Le ministre des Finances, Paul Martin, a nommé Lynton R. Wilson, président du conseil d'administration de la société BCE Inc., à titre de premier président honoraire de la campagne nationale de promotion du programme d'épargne-salaire. En cette qualité, il a travaillé de concert avec Jacqueline Orange, présidente-directrice générale, pour sensibiliser davantage les Canadiens à l'importance de l'épargne. Il a en outre contribué à établir de nouveaux rapports avec des employeurs à l'échelle du pays pour offrir à plus de Canadiens ce mode d'épargne périodique.



Nous avons réalisé d'excellents progrès en matière de rationalisation et d'amélioration des capacités de nos systèmes, mais nous devons y affecter d'autres fonds. Avec le temps, nous pourrions ainsi offrir aux Canadiens un service plus rapide et plus souple tout en réduisant les coûts pour les contribuables canadiens.

Par ailleurs, en 1998-1999, le centre d'appel a été réorganisé en équipes et selon le type d'appel. En leur qualité de membres d'équipes, les représentants de la clientèle ont acquis un plus grand sens d'appartenance à leur secteur d'affectation et ont été tenus plus responsables de la qualité de la réponse fournie. Les processus ont également été améliorés.

Placements Épargne Canada ne peut se reposer sur ses lauriers – nous devons travailler d'arrache-pied pour montrer que nous méritons la confiance que les Canadiens nous ont manifestée. Nous devons améliorer sans cesse le niveau de service afin de répondre de mieux en mieux aux besoins de nos clients : les Canadiens et les contribuables.

En 1998-1999, nous avons poursuivi nos efforts en vue de jeter les assises qui nous assureront un avenir meilleur, avec d'un côté un service de qualité aux Canadiens et de l'autre une bonne valeur pour le gouvernement.

Systèmes nouveaux et rationalisés

Les systèmes mis en place par PEC et la Banque du Canada pour traiter les transactions des clients et pour protéger leurs fonds sont robustes. En raison du lancement de produits nouveaux et de nouveaux modes d'achat, le registre initial ne suffisait plus à la tâche. C'est pourquoi un nouveau registre, le Système de gestion des titres au détail (SGTD), a été instauré. Sa mise en place a constitué une des principales activités entreprises en 1998-1999. À la fin de l'année civile 1998, le système avait été mis en place avec succès, et les quelques difficultés initiales connues, en particulier au chapitre de la livraison opportune des certificats des nouvelles Obligations à prime du Canada, ont été résolues.

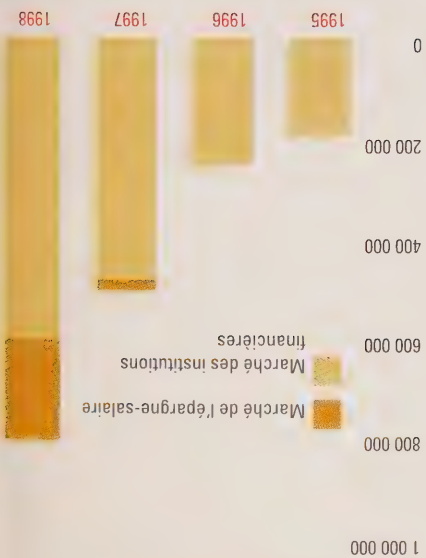
D'autres crédits ont été affectés au registre à l'appui du programme d'épargne-salaire, le Système de vente directe au détail (SVD), notamment pour la mise en place d'une version améliorée au cours de la dernière année et pour des investissements dans des systèmes de traitement intelligent de formulaires, grâce auxquels nous avons pu traiter les formulaires de demande d'adhésion au programme d'épargne-salaire plus rapidement et plus efficacement en commettant moins d'erreurs.

Le centre d'appel est ouvert de 8 h à 20 h, heure de l'Est, du lundi au vendredi ainsi que le samedi pendant la période de pointe en octobre. En dehors de ces heures, un service automatisé informe les clients sur les taux d'intérêt, sur la période de vente des obligations et leur donne en plus la possibilité de laisser un message. Nous offrons par ailleurs un service ATS pour sourds et malentendants et un service de télécopieur.

Formation

Pour atteindre sans cesse des normes élevées de service à la clientèle, nous devons fournir aux employés une formation qui leur donnera les aptitudes désirées. PEC et la Banque du Canada accordent une très grande importance à la formation et au perfectionnement professionnel. En 1998-1999, la formation a pris plus de place que d'habitude en raison des nouveaux choix et options relatifs aux produits et aux services ainsi qu'à la mise sur pied du nouveau registre central à la Banque du Canada. Des investissements appréciables ont été faits en matière de formation : environ 100 atelièrs ont eu lieu sur le nouveau registre central des obligations et sur les nouveaux produits.

Répondre à plus d'appels téléphoniques



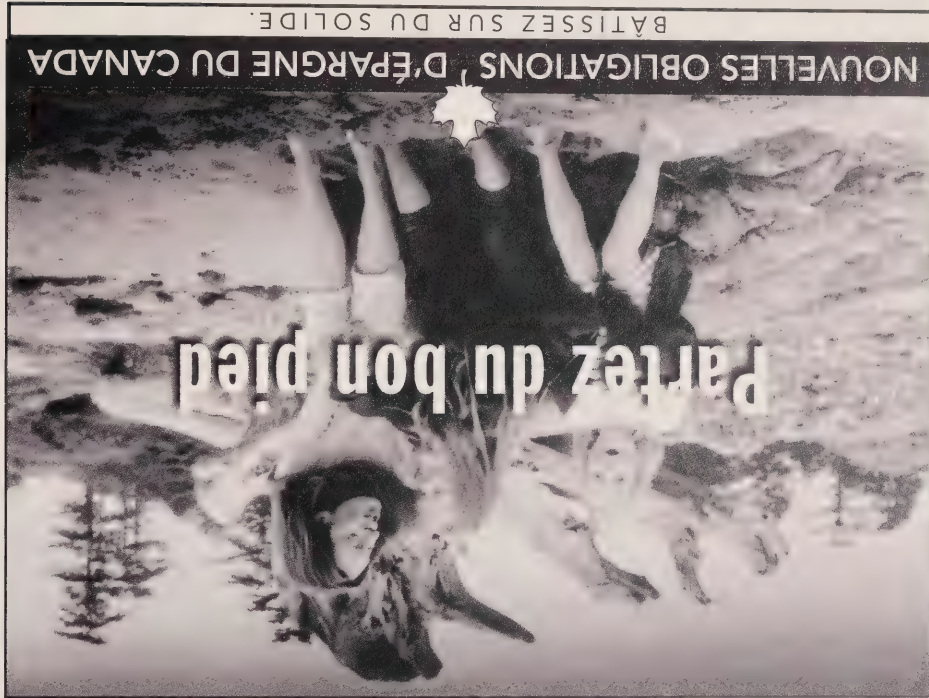
et les employeurs participant au programme d'épargne-salaire, au traitement des achats et des paiements ainsi qu'à la prestation de services directs à la clientèle par l'entremise de notre centre d'appel et de notre site Web. Soucieux d'améliorer sans cesse nos activités, nous avons commencé à fixer des objectifs permettant de mesurer l'exactitude des communications avec nos clients et leur degré de satisfaction par rapport à nos opérations. Dans le cadre d'un vaste sondage auprès d'un échantillon représentatif de notre clientèle, les employés et les employeurs ont indiqué à 95 % qu'ils étaient « très satisfaits » du nouveau programme d'épargne-salaire, le programme sur lequel nous concentrons principalement nos efforts.

Quels sont les taux? – des renseignements utiles au bout du fil

Notre centre d'appel est le premier endroit où s'adressent nombre de Canadiens, qu'il s'agisse d'un nouveau client qui veut savoir quels produits nous offrons ou d'un client de longue date qui veut vérifier son portefeuille d'obligations. En 1998-1999, le centre d'appel a traité plus de 800 000 appels et envoyé plus de 35 000 trousses d'information et de vente. Cette augmentation du volume d'appels de 60 % par rapport à l'an dernier est surtout attribuable à la poursuite du nouveau programme d'épargne-salaire. Même si la capacité de traitement des appels a augmenté de 40 % l'an dernier, nous n'avons pu atteindre la norme de réponse à 80 % des appels dans les 20 secondes ni celle relative au taux d'abandon de 2 % au maximum pendant la période de pointe en octobre 1998. La hausse imprévue du nombre de demandes de renseignements sur la campagne d'autome s'est soldée par une demande supérieure à notre capacité de traitement.

Nous avons entrepris une étude visant à améliorer la technologie informatique de notre centre d'appel et à accroître notre capacité de réponse à des volumes croissants d'appels en ajoutant de nouvelles caractéristiques comme la réponse vocale interactive (RVI) et les envois par télécopieur sur demande.

Canada, nous avons lancé la campagne « Les Nouvelles Obligations d'épargne du Canada – plus de choix et d'options ». Deux annonces publicitaires à la télévision ont témoigné des valeurs qui, d'après nos sondages, revêtent une certaine importance pour les Canadiens, à savoir la famille et le travail acharné, puis ont montré les liens qui existent avec nos produits. Les résultats des ventes ont démontré manifestement le succès de cette campagne, tout comme l'ont fait les deux prix Mobius qu'elle a remportés (prix décernés pour des annonces publicitaires dans la catégorie des services financiers; 5 000 envois provenant de 37 pays étaient en lice). Nous avons également constaté un changement radical d'attitude à l'égard de nos produits. En effet, par comparaison aux années antérieures, un plus grand nombre de Canadiens ont indiqué que les obligations étaient un produit financier pour des gens comme eux.



Service à la clientèle

Placements Épargne Canada s'engage à offrir de bons services aux Canadiens et à s'occuper de leur argent avec le plus grand soin.

Dans le cadre de cette responsabilité, nous avons convenu avec la Banque du Canada d'une norme de rapidité et d'exactitude que nous appliquons à nos transactions avec les clients, c'est-à-dire à la tenue des dossiers des porteurs d'obligations, à la gestion des rapports entre les agents vendeurs

Nos clients ont témoigné d'une grande fidélité aux Obligations d'épargne du Canada. L'OEC, un produit qui a su gagner la confiance des investisseurs ces 50 dernières années, a montré une vigueur remarquable sur un marché de plus en plus dominé par des fonds communs de placement. Tout au début des années 90, toutefois, la tendance à la baisse constatée au chapitre des ventes d'OEC a lancé un signal d'alerte : il fallait changer les OEC.

Écouter les Canadiens

Les études de marché menées auprès des Canadiens ont constitué une des principales activités de Placements Épargne Canada. La recherche a contribué dans une large part à la mise au point de notre gamme de produits et de celle de nouveaux moyens d'acheter et de vendre nos produits, ce qui a donné aux Canadiens plus de choix et d'options. En outre, elle a servi de fondement à l'amélioration plus poussée de nos services et de notre communication.

Nous avons sondé en profondeur les clients actuels et potentiels et cherché à savoir quels avantages ils désirent, quelles valeurs ils attendent de Placements Épargne Canada et comment ils souhaitent faire affaire avec cet organisme. Ce n'est qu'en écoutant les Canadiens que nous pourrions cerner ce qu'ils perçoivent comment étant nos forces et nos faiblesses et fournir aux contribuables un bon rendement.

Communiquer le changement

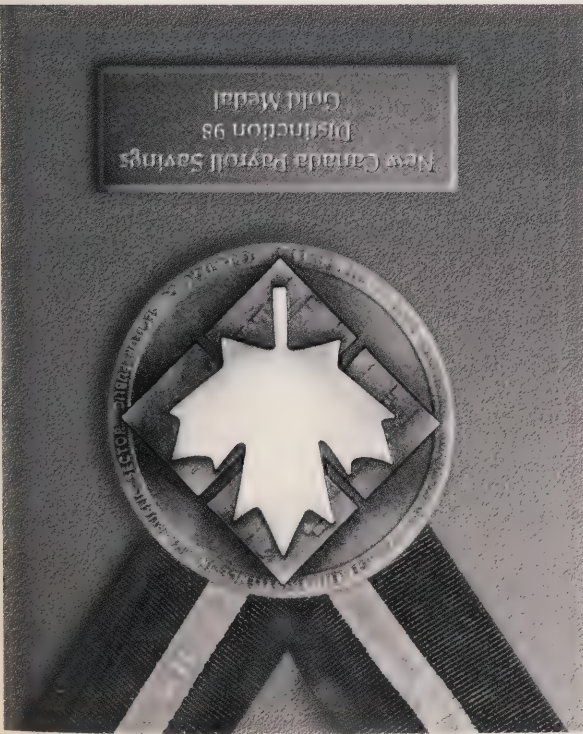
À l'heure actuelle, Placements Épargne Canada subit de vastes transformations afin de conserver une place concurrentielle sur le marché, de répondre aux attentes des Canadiens et de fournir une source rentable de fonds pour le gouvernement du Canada.

En 1998-1999, nous avons dressé un plan intégré de marketing et de communication grâce auquel nous avons communiqué aux Canadiens les nombreux changements apportés. Nous fondant sur la marque des Obligations d'épargne du

En octobre 1997, PEC, la Banque du Canada et ses partenaires ont modifié du tout au tout la façon dont les travailleurs canadiens peuvent investir dans leur pays. Dans le cadre de cet effort de refonte, les procédures administratives démodées et lourdes ont été remplacées par des processus plus efficaces, appuyés par une meilleure technologie de l'information (TI) et une infrastructure opérationnelle réorganisée.

Aux termes du nouveau programme d'épargne-salaire, les employeurs se chargent uniquement de faire la promotion et de traiter le premier – et l'unique – formulaire de demande. Une fois le formulaire traité, les employés font directement affaire avec la Banque du Canada pour la plupart des procédures. Les services administratifs, comme la distribution des certificats, l'administration des prêts et des annulations, ont été éliminés.

Médaille d'or « Distinction 1998 »
« Leadership hors pair, innovation et excellence dans l'utilisation de la technologie de l'information » lors de la mise au point du système du nouveau programme d'épargne-salaire



Les avantages pour les employés sont appréciables. En raison du formulaire unique, il existe maintenant un plan permanent et transférable qui continue d'être valide même si les cotisations sont interrompues. L'intérêt commence à courir sur les régimes de chaque employé dès que les fonds sont reçus. Les employés ont accès à leurs fonds plus facilement, plus rapidement et en toute confidentialité. De plus, les retraits sont effectués directement par téléphone et les fonds sont vireés aux comptes de banque des clients dans les deux jours ouvrables. Ils peuvent aussi choisir l'option du Régime enregistré d'épargne-retraite.

Près de la moitié des adhérents au programme initial ont été convertis au nouveau programme. En outre, un programme de vente dynamique a réussi à attirer de nouvelles sociétés, de sorte que d'avantage de Canadiens profitent du nouveau programme d'épargne-salaire. Les ventes effectuées par l'entremise de ce programme se sont chiffrées à 1,4 milliard de dollars en 1998-1999, ce qui témoigne d'un revirement après dix années de recul.

Fournir davantage de choix et d'options

PEC a été créé pour mettre au point des titres rentables sur le marché de détail et pour améliorer l'accès aux produits nouveaux et existants. Lors de la campagne de souscription à l'automne de 1998, l'organisme qui a bâti sa réputation sur les Obligations d'épargne du Canada a offert aux Canadiens plus de choix et options que jamais.

Obligation à prime du Canada – nouveau produit portant un taux d'intérêt plus élevé

Lorsque les Canadiens ont allumé leurs téléviseurs ou ouvert leurs journaux en octobre 1998, ils ont pu voir que le gouvernement du Canada mettait en vente pour la première fois deux titres au détail en même temps : l'Obligation d'épargne du Canada traditionnelle et la nouvelle Obligation à prime du Canada portant un taux d'intérêt plus élevé. Ils pouvaient dorénavant choisir parmi des produits, dont l'OEC, entièrement remboursable et qui avait su gagner leur confiance, et l'OPC portant un taux d'intérêt plus élevé en contrepartie d'une liquidité moindre. En outre, deux options s'offraient à eux, l'option REER et l'option FERR, et ils avaient également le choix du moment où les acheter, la période de souscription étant prolongée au 1^{er} avril 1999.

Ces nouveaux choix et options répondaient bien aux besoins des Canadiens. La première année de souscription de l'OPC a été marquée par des ventes importantes, qui ont compté pour près de la moitié des ventes totales jusqu'au 31 mars 1999.

Changer la façon dont les Canadiens profitent de l'épargne-salaire

Pendant presque toutes les années 90, le gouvernement du Canada a vu diminuer constamment le nombre de participants au programme d'épargne-salaire, les employeurs choisissant de ne plus adhérer au programme en raison des tâches administratives et des coûts croissants de maintien du programme.

Etroite collaboration avec les gestionnaires de la dette publique

Nous travaillons en étroite collaboration avec les gestionnaires de la dette du Canada afin de gérer le volet au détail de l'ensemble de la dette publique d'une manière efficace, qui réduit les risques pour l'ensemble du portefeuille de créances du gouvernement fédéral et assure un maximum de souplesse. PFC estime que la rentabilité du rendement se détermine à partir de l'équivalence entre le coût des produits vendus et celui de l'émission des obligations négociables. Le gouvernement recourt à deux mécanismes pour contracter des emprunts servant à refinancer la dette qu'il a contractée sur le marché. D'une part, il émet des titres négociables – en l'occurrence les obligations négociables et les bons du Trésor – aux grandes institutions financières et aux investisseurs par l'entremise d'intermédiaires financiers. Et d'autre part, il vend des titres non négociables (c.-à-d. des OEC et des OPC) aux épargnants et investisseurs particuliers sur le marché de détail.

État du portefeuille de titres au détail

Réels		Réels
(avoirs de titres de créance en milliards de dollars)		
1997-1998	1998-1999	
Total des titres au détail non négociables ⁽¹⁾	30,8	28,6
Total des titres au détail négociables directs et indirects ⁽²⁾	69,8	75,0
Total des titres au détail du gouvernement du Canada	100,6	103,6
Total de la dette du gouvernement du Canada	467,3	460,4
contractée sur le marché ⁽³⁾		
Total des titres au détail en pourcentage de la dette totale du gouvernement du Canada	22 %	23 %
Total des ventes brutes de titres au détail non négociables	5,0	5,0
Variation dans le portefeuille de titres au détail non négociables	(2,8)	(2,2)

(1) Ces chiffres vérifiés au 31 mars 1999 émanent de la Banque du Canada. La classification de la dette du gouvernement du Canada en sous-catégories est conforme aux rapports de la Banque du Canada; ces catégories peuvent différer légèrement de celles utilisées dans les comptes publics, en raison des particularités des méthodes de classification.

(2) Les titres au détail négociables directs s'entendent des titres négociables du gouvernement du Canada détenus directement par des particuliers, et dont la plupart représentent des obligations négociables et des bons du Trésor vendus par des intermédiaires. Les titres négociables indirects désignent les titres négociables du gouvernement du Canada que les particuliers détient indirectement par l'entremise de fonds communs de placement; les obligations sans coupon font également partie de cette catégorie. Source : Placements Épargne Canada.

(3) La dette publique comprend la dette contractée sur le marché et la dette interne :

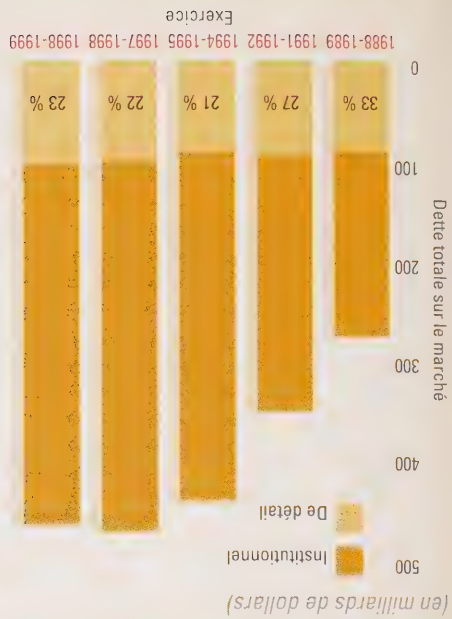
- la dette contractée sur le marché représentée la partie de la dette financée sur les marchés publics et comprend les obligations négociables, les bons du Trésor, les titres au détail non négociables (notamment les Obligations d'épargne du Canada), les obligations et les bons libellés en devises étrangères ainsi que les obligations émises en faveur du Régime de pensions du Canada; la dette interne comprend la dette intérieure du gouvernement qui représente principalement les engagements au titre des régimes de retraite du secteur public fédéral et le passif à court terme du gouvernement (comptes créditeurs, charges à payer, intérêts et paiement de la dette échue). Source : ministère des Finances.

Des résultats impressionnants malgré une année tumultueuse

Les Canadiens ont continué de se tourner vers les marchés de fonds communs de placement et de titres malgré les soubresauts appréciables enregistrés sur ces marchés à l'automne 1998. La concurrence sur le marché de l'épargne et du placement n'a pas cessé, les institutions financières établies s'étant livrée une chaude lutte et ayant fortement concurrencé les nouveaux venus comme les sociétés d'assurance-vie et les supermarchés.

Dans ce contexte général, le gouvernement s'est engagé à présenter des budgets équilibrés ou mieux en 1999-2000 et en 2000-2001 et a instauré le plan de remboursement de la dette dans le budget fédéral de 1998. Il continuera à réduire le montant de ses emprunts contractés sur les marchés. Toutefois, le niveau des emprunts demeure important, et une gestion prudente de la dette est toujours de mise. Une des composantes de cette gestion prudente consiste à veiller à ce qu'une partie raisonnable de la dette soit détenue par des investisseurs canadiens sur le marché de détail.

Pendant cette période éprouvante, nous sommes demeurés fermement centrés sur les besoins des Canadiens et avons haussé à 23 % notre part de la dette fédérale contractée sur les marchés. Pour l'année, nos ventes ont totalisé 5,0 milliards de dollars, ce qui porte les titres non négociables qui nous sont confiés à 29 milliards de dollars; le grand total grimpe à 104 milliards si l'on tient compte des titres négociables.



Nouvelle option d'épargne-salaire pour les petites et moyennes entreprises

- À l'automne 1999 également, le nouveau programme d'épargne-salaire a été amélioré en vertu de l'instauration d'une nouvelle option de transmission, à titre de projet pilote. Destiné aux petites et moyennes entreprises, ce projet pilote mettra à l'essai une option permettant aux organisations parraineuses du nouveau programme d'épargne-salaire de transmettre par Internet les achats d'OFC effectués par leurs employés au moyen de retenues salariales.

Certificats d'obligations – édition spéciale du millénaire

- Les OFC et les OPC émises entre le 1^{er} janvier et le 1^{er} décembre 2000 seront présentées sous forme de certificats spéciaux commémorant le début du nouveau millénaire.

Poursuite du projet pilote de la vente sur six mois des OFC et des OPC

- À l'automne 1998, pour la première fois en plus de 50 ans, deux titres au détail du gouvernement du Canada ont été offerts en même temps : l'OFC et la nouvelle OPC. Dans le cadre d'un projet pilote, les Canadiens pourront de nouveau acheter ces deux genres d'obligations pendant six mois : du 4 octobre 1999 au 1^{er} avril 2000.

- Nous avons amélioré le nouveau programme d'épargne-salaire grâce à une mise à niveau du système de numérisation des formulaires de souscription et l'ajout de nouveaux canaux de transmission de données et de circuits de paiements par voie électronique, ce qui a permis d'augmenter l'exactitude et l'efficacité du service à la clientèle.
- Nous nous sommes appliqués à faire en sorte que tous nos systèmes soient conformes à l'an 2000.

Un certain nombre des plans et des priorités que nous avons fixés pour l'exercice sont décrits dans le Plan de placement de titres sur le marché de détail de 1999-2000, publié en juin 1999. Chacune de ces initiatives vise à offrir à un plus grand nombre de Canadiens des choix de placement qui satisfont à leurs besoins particuliers, tout en leur facilitant l'accès aux produits grâce à l'amélioration des réseaux de distribution.

Une plus grande attention aux jeunes

- À l'automne 1999, PEC a lancé une initiative nationale à l'intention des jeunes en vue de promouvoir les Nouvelles Obligations d'épargne du Canada à titre de véhicules d'épargne et de solution-cadeau pour les jeunes et leurs parents. Il s'agit de sensibiliser les jeunes et leurs parents à l'importance de l'épargne. Parmi les activités précises qui ont été lancées, mentionnons la création d'un site Web qui s'adresse aux jeunes ainsi qu'un certain nombre d'activités promotionnelles menées en collaboration avec d'autres intervenants des secteurs public et privé.

Établir les plans et les priorités pour 1999-2000

- PFC a continué de mettre en place le nouveau programme d'épargne-salaire, qui a vu le jour en 1997. Le système rationalisé facilite la tâche des Canadiens qui veulent souscrire des OFC sur le lieu de travail. Les employeurs qui offrent le nouveau programme d'épargne-salaire ont également vu leur charge administrative réduite de beaucoup. Le système de retenues salariales refondu s'est vu décerner une médaille d'or « Distinction 1998 » par la Société canadienne des professionnels de la bureautique.
- Cette année, les ventes par le truchement de l'épargne-salaire se sont stabilisées après avoir enregistré dix années de recul.

Rentabiliser les opérations

- L'intégration des efforts de mise en marche a renforcé les gains de productivité de la publicité en 1998-1999, donnant lieu à une campagne très réussie de souscription des Nouvelles Obligations d'épargne du Canada. La campagne a été caractérisée par un fort volume de ventes et un changement d'attitude chez les Canadiens, bon nombre d'entre eux estimant que les produits de PFC étaient faits pour des gens comme eux comparativement à l'an dernier. Deux annonces publicitaires à la télévision ont remporté des prix Mobius dans le cadre d'un concours international tenu en 1998 à Chicago.
- Nous avons poursuivi nos efforts de rationalisation et d'amélioration des systèmes.
- Après avoir consacré plusieurs années à la conception du registre des obligations, la Banque du Canada a réussi à mettre en place en 1998-1999 le Système de gestion des titres au détail (SGTD). Ce nouveau système offre aux porteurs d'obligations un service plus rapide et plus souple, tout en réduisant les coûts que subit le gouvernement.
- Les capacités du centre d'appel ont continué d'augmenter à mesure que les Canadiens choisissent de plus en plus de communiquer avec nous par son entremise. Nous avons commencé par offrir une ligne téléphonique sans frais (1-800) en 1995. Le centre peut maintenant traiter rapidement et efficacement plus de 6 000 appels par jour.

En notre qualité d'organisme de service spécial du ministère des Finances, nous devons rendre compte de notre rendement au ministre des Finances. Pour nous acquitter de cette responsabilité, nous avons dressé un plan d'activité triennal et convenu avec le ministre de lui faire rapport de notre rendement en regard de celui-ci. Voici les résultats obtenus en 1998-1999 :

Offrir de nouveaux produits

- La tendance à la baisse du pourcentage de la dette sur le marché de détail par rapport à la dette fédérale totale contractée sur le marché a été renversée, la part du marché étant passée à 23 % le 31 mars 1999.

- L'Obligation à prime du Canada (OPC) fut lancée avec succès, ayant enregistré de très bons résultats de ventes. Elle porte un taux d'intérêt plus élevé à l'émission que celui de l'Obligation d'épargne du Canada (OFC), mise en vente au même moment, et peut être rachetée sans pénalité à la date anniversaire de l'émission et dans les 30 jours suivant cette date. Elle remplace l'Obligation RFR du Canada, qui pouvait uniquement être acquise dans le cadre d'un régime enregistré.

- Pour la première fois en plus de 50 ans, nous avons mis en vente cette année deux produits simultanément : l'OFC traditionnelle et la nouvelle OPC.
- Les deux obligations pouvaient être achetées également dans le cadre d'un régime enregistré d'épargne-retraite (RFR) ou d'un fonds enregistré d'épargne-retraite (FRR).

Améliorer l'accès aux produits

- Dans le cadre d'un projet pilote, nous avons prolongé la période de souscription jusqu'au 1^{er} avril 1999 et offert chaque mois – depuis le 1^{er} novembre 1998 – une nouvelle émission de chacune des obligations.

En 1999-2000, nous poursuivrons nos efforts en vue d'améliorer nos produits et les modalités de distribution. Nous ne pouvons nous reposer sur nos lauriers – nous devons continuer de travailler d'arrache-pied pour combler les besoins des Canadiens tout en modernisant notre organisme pour l'avenir. Nous ne pouvons pas simplement tabler sur la popularité que connaissent les OEC depuis 50 ans.

Nous tenons à remercier les nombreux gens et organismes qui ont contribué au succès que nous avons connu en 1998-1999. La Banque du Canada continue d'offrir pour nous des systèmes de soutien et opérationnels de très grande qualité. Par ailleurs, l'esprit de dévouement des employés de PFC a été un élément crucial de notre réussite cette dernière année. Le ministère des Finances nous a encore témoigné son appui et nous lui sommes reconnaissants des conseils judicieux qu'il nous a fournis tout au long de nos premières années. Enfin, nous tenons à exprimer nos plus sincères remerciements aux millions de Canadiens qui nous ont renouvelé leur confiance en achetant ou en détenant nos produits qu'ils intègrent à leur quotidien et à leur vie familiale.

Reginald C. D'Amico

des ventes par épargne-salaire s'effectuent par l'entremise du nouveau programme d'épargne-salaire. Plusieurs grandes entreprises ont renoué avec le programme cette année, notamment DaimlerChrysler Canada, et nous avons réussi à maintenir le niveau de ventes après dix années de recul. Aux changements apportés aux produits et à leur distribution se sont ajoutés de très bons résultats, attribuables au lancement de la campagne de souscription des Nouvelles Obligations d'épargne du Canada sous le thème « Bâtissez sur du solide »; nous avons pu continuer de tirer profit d'une campagne de mise en marché plus intégrée. Deux de nos annonces publicitaires à la télévision ont remporté des prix Mobius, mais, ce qui importe encore plus, nos clients nous ont fait savoir qu'ils avaient aimé les changements.

Pour répondre aux besoins des Canadiens, nous devons continuer d'investir dans l'infrastructure, en particulier dans les services administratifs et l'informatique. Ces dernières années, après des examens poussés, nous avons réaménagé nos systèmes de base afin d'obtenir la marge de manœuvre nécessaire pour répondre aux besoins changeants. Un nouveau registre des obligations, une plus grande capacité pour le centre d'appel et des systèmes d'épargne-salaire sont autant d'investissements qu'il fallait faire depuis longtemps et qui nous ont permis, en bout de ligne, d'offrir un service meilleur et plus efficace à notre clientèle.

Sur tout, ces initiatives ont permis à Placements Épargne Canada d'atteindre l'objectif consistant à conserver une partie raisonnable de la dette totale du gouvernement sur le marché de détail, tout en fournissant de manière rentable des fonds pour les opérations du gouvernement du Canada. Notre part de la dette fédérale à ce chapitre est passée de 22 % en 1997-1998 à 23 % en 1998-1999.

Les Obligations d'épargne du Canada (OEC) sont des produits bien connus au Canada. Elles font partie du marché financier depuis 50 ans et près du tiers des ménages canadiens en détiennent. Toutefois, le fait qu'elles soient connues ne les rend pas

forcément statiques. Le marché des services financiers a considérablement évolué depuis le lancement des premières OEC, tout comme l'ont fait les objectifs du gouvernement au chapitre de la dette. Depuis la création de Placements Épargne Canada en 1996, nous avons évolué en fonction de l'objectif du gouvernement de maintenir une clientèle d'investisseurs diversifiée et un niveau raisonnable de titres sur le marché de détail, tout en répondant aux besoins des épargnants et investisseurs canadiens.

Le rapport annuel de 1998-1999, le deuxième que nous déposons, fait état de nos progrès constants.

Au cours de l'exercice 1998-1999, de nombreux plans et programmes, dont la conception s'est échelonnée sur plusieurs années, ont commencé à porter fruit. Les clients nous avaient indiqué qu'ils voulaient que des changements soient apportés à l'OEC : nous les avons écoutés. En effet, nous avons lancé l'Obligation à prime du Canada (un titre portant un taux d'intérêt plus élevé en contrepartie d'une liquidité moindre), qui a vite gagné la faveur populaire et représenté près de la moitié des ventes totales. Voilà tout un exploit pour

une nouveauté. Nous avons également mené avec succès un projet pilote de prolongement de la période de mise en vente – avec deux produits disponibles en même temps – qui s'est déroulée du 5 octobre 1998 au 1^{er} avril 1999, afin de donner suite aux désirs des Canadiens qui voulaient une plus grande marge de manœuvre lorsqu'ils achetaient des obligations. Nous avons continué la mise en application de notre programme d'épargne-salaire modernisé à l'intention de ceux qui veulent souscrire des obligations à leur lieu de travail. Ce programme a remporté la médaille d'or « Distinction 1998 » décernée par la Société canadienne des professionnels de la bureautique. Près de la moitié

**Avant-propos de la
présidente-directrice
générale**



Jacqueline C. Orange

Nous offrons des produits uniques, comme les Obligations d'épargne du Canada entièrement encaissables, portant des taux d'intérêt minimums garantis qui seront majorés si la situation du marché le justifie, de même que des moyens pratiques de souscription sur le lieu de travail par l'entremise du programme d'épargne-salaire.

À titre d'organisme de service spécial du ministère des Finances, nous relevons du ministre des Finances. Chaque année, nous nous concentrons sur le plan d'activité de l'organisme et la contribution à la stratégie générale de gestion de la dette, laquelle stratégie vise principalement à obtenir un financement stable à faible coût pour le gouvernement. Placements Épargne Canada ajoute de la valeur aux efforts du gouvernement en diversifiant la base d'investisseurs au Canada.

Notre mandat et nos objectifs

Le présent rapport couvre l'exercice 1998-1999

Participer à l'élaboration de la stratégie de gestion de la dette du gouvernement, aider le gouvernement fédéral à financer la dette publique en gérant le programme de placement de titres sur le marché de détail et mettre au point de nouveaux titres au détail rentables pour diversifier le portefeuille et réduire les risques. À cette fin, nous :

- offrons de nouveaux produits en améliorant et en élargissant la gamme de produits;
- améliorons l'accès aux produits en simplifiant les modalités de souscription pour les Canadiens;
- rentabilisons les opérations en ne cessant d'améliorer notre rendement.

Répondre aux besoins des Canadiens et du gouvernement

Placements Épargne Canada est l'un des plus grands fournisseurs de titres d'épargne et de placement de dollars en Obligations d'épargne du Canada et de dollars à prime du Canada des 104 milliards de dollars de titres du gouvernement du Canada détenus sur le marché de détail.

Notre rôle consiste à mettre au point, commercialiser et gérer des produits d'épargne et de placement à l'intention des épargnants et des investisseurs canadiens, comblant ainsi les besoins de la population canadienne et servant les intérêts du gouvernement et des contribuables pour ce qui concerne le financement efficace de la dette publique. En achetant des Obligations d'épargne du Canada, notre produit le plus connu, les Canadiens prêtent de l'argent au gouvernement. Nos produits d'épargne et de placement sont les plus sûrs en la matière sur le marché.

Table des matières

Notre mandat et nos objectifs	2
Répondre aux besoins des Canadiens et du gouvernement	2
Avant-propos de la présidente-directrice générale	5
S'acquitter des plans et des priorités de 1998-1999	9
Établir les plans et les priorités pour 1999-2000	11
Des résultats impressionnants malgré une année tumultueuse	13
État du portefeuille de titres au détail	14
Fournir davantage de choix et d'options	15
Écouter les Canadiens et répondre à leurs besoins	17
Se préparer pour l'avenir	21
Équipe de direction	23
Ventilation des dépenses, 1997-1998 et 1998-1999	24
Résumé des dépenses budgétaires	25
Nos produits	26
Définitions des termes relatifs à la dette utilisés dans le rapport annuel	27
Comment faire affaire avec nous	28
Comment nous joindre	29



www.occ.gc.ca/

Aussi disponible sur notre site Internet :

Téléphone : (613) 995-2855
Télécopieur : (613) 996-0518

Ottawa ON K1A 0G5
300, avenue Laurier ouest
Ministère des Finances
Centre de distribution

Vous pouvez aussi obtenir des copies de ce rapport au :

N° de catalogue F35/1999
ISBN 0-662-64524-3

Publié par
Le ministère des Finances
©Ministère des Travaux publics et Services gouvernementaux 1999

1998
1999

RAPPORT ANNUEL

